View metadata, citation and similar papers at core.ac.uk
brought to you by CORE
provided by Wageningen University & Research Publications

Een oase van rust op de boerderij

Rust is wat consumenten zoeken op een boerderij. Of ze er nou producten kopen of gaan boerengolfen. Dat komt naar voren uit onderzoek van Wageningen UR naar de beleving van consumenten die een boerderij bezoeken.

Wat zoeken consumenten op een multifunctionele boerderij? Dat was de vraag die centraal stond in het onderzoek. Daarvoor spraken de onderzoekers met drie groepen consumenten over hun associaties, gevoelens en ideeën bij de boerderijen waar zij wel eens naar toe gaan.
Op basis van de resultaten deelden de onderzoekers de bedrijven in twee soorten in: de foodboerderij die producten te koop aanbiedt, en de funboerderij voor activiteiten. De uitspraken van de bezoekers van de boerderijen geven zicht op hoe ze aankijken tegen de boer en boerin en het boerenleven, maar ook wat een multifunctioneel bedrijf kan doen om aantrekkelijk te zijn.

>> Kennis in praktijk brengen

Daniël de Jong, onderzoeker Wageningen UR: 'Dit onderzoek geeft al veel inzicht in wat de consument verwacht als hij een boerderij bezoekt. Echt opvallend vind ik dat iemand die een boerderij bezoekt er gewoon vanuit gaat dat het een biologisch bedrijf is, ook al is dat niet altijd zo. Het contact en de beleving geven hen een "biologisch" gevoel. In een vervolgonderzoek bleek dat mensen die producten op een boerderij kopen dat vooral doen vanwege de smaak, het dierenwelzijn, het milieu en omdat op de (biologische) boerderij geen bestrijdingsmiddelen worden gebruikt. De volgende vraag is hoe we alle kennis uit dit onderzoek de praktijk in brengen.'
LN

Foodboerderij

Funboerderij

Multifunctioneel vervult behoefte

Monique van der Laan, biologisch boerin en lid van de werkgroep Directe verkoop van Bioconnect, een kennisnetwerk dat onder andere onderzoeksvragen uitzet: 'Het onderzoek laat zien dat er voor een biologisch bedrijf heel veel mogelijkheden zijn om je bedrijf open te stellen. Dat merken we zelf natuurlijk ook, maar het stimuleert ons weer om ermee door te gaan. Je ziet dat het openstellen van bedrijven een behoefte vervult, van zowel burgers als van boeren. Eigenlijk moet ieder biologisch bedrijf die verbinding aangaan met burgers, ieder op zijn eigen manier. Ik wil nu nog graag weten hoe burgers hier tegenaan kijken die niet zo nu en dan een bedrijf bezoeken. En ook welke ideeën en gedachten er bij boeren zelf leven.'

*Meer informatie: Daniël de Jong, **t** 0320 293307, **e** daniel.dejong@wur.nl*
***i** www.syscope.wur.nl > dossiers > verbredingen*